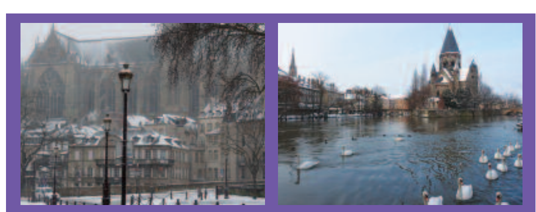



# Le Détaillant

Revue professionnelle du commerce de détail de l'habillement

Janvier Février Mars 2011





# Edito

## MERCI

Il y a 11 ans déjà que j'ai eu l'honneur d'être élu Président de la FNH ... que le temps passe vite !

Merci à vous de m'avoir fait confiance pour réveiller cette « belle endormie » qu'était la FNH : cette fédération possédait, grâce à mes prédécesseurs et à mon équipe, un vrai savoir-faire, mais une grande partie de mon travail pendant ces onze années a été consacrée à le « faire savoir ».

La Fédération aujourd'hui est incontournable, tant auprès des pouvoirs publics, y compris au plus haut niveau de l'Etat, qu'auprès de tous les médias, où nous sommes très souvent sollicités et écoutés.

Je vais laisser la place à une nouvelle équipe dynamique qui saura, j'en suis persuadé, continuer à donner à la FNH la visibilité que mérite le commerce indépendant de l'habillement, qui m'est si cher. Car ce secteur compte de vrais professionnels, par leur conseil, la qualité de leurs produits, et surtout par leur originalité par rapport aux autres circuits de distribution.

En quelque sorte, pour moi, vous êtes les meilleurs !

Merci à vous tous chers lecteurs d'avoir eu la patience de lire tous mes éditos depuis 11 ans !

Charles MELCER, Président Fédéral

## Sourcing - prospection : des opportunités en Turquie ?

Deux ans après le voyage-découverte du Centergross de Bologne, sorte de Sentier à l'italienne règne du Pronto Moda, la FNH a entrepris un deuxième voyage de prospection pour des pistes de sourcing en Italie sous la présidence de Charles MELCER, en novembre dernier. ( lire notre article en page 4).

Ce premier voyage à Nola (Naples) s'est avéré très intéressant tant du point de vue du pronto moda (injection de nouveautés en boutique à un niveau de marge intéressant) que pour faire des achats sur collections, au style italien...

Les détaillants qui étaient du voyage sont extrêmement satisfaits de cette opération et pour la plupart pensent y retourner ou envisagent une collaboration durable avec le CIS.

Aujourd'hui, nous nous posons la question d'organiser courant 2011 un voyage en Turquie ! En effet, de plus en plus d'adhérents évoquent aujourd'hui des fournisseurs turcs très intéressants du point de vue de la qualité et des prix.

Si c'est votre cas ou si ce voyage est susceptible de vous intéresser, n'hésitez pas à nous contacter à la FNH (Marc NECAND ou Sandra VASSY) !

# Sommaire



Le Président et toute l'équipe de la FNH vous souhaitent une très heureuse année 2011.

# Conjoncture (source IFM)

## Les derniers résultats de la consommation d'articles d'habillement et textiles

### OCTOBRE 2010 :
### LES VENTES DE TEXTILE-HABILLEMENT ONT RECULÉ DE 5,2 %

Les ventes d'articles d'habillement et textiles ont affiché au mois d'octobre un recul de 5,2 % en valeur par rapport à 2009. Rappelons qu'octobre 2009 avait été plutôt bien orienté avec une progression de 0,2 % en valeur par rapport à octobre 2008.

Les résultats ne sont pas homogènes entre les différents circuits, même si ils sont tous en recul. Les grands magasins, les indépendants multimarques et les magasins populaires affichent les baisses de ventes les plus limitées, avec respectivement -0,4 %, -1,2 % et -1,5 %. Viennent ensuite les hyper-supermarchés (-5,6 %) et les chaînes spécialisées (-6,4 %). Enfin, les chaînes grande diffusion et la vente à distance accusent le plus fort recul de leurs ventes (respectivement -8,3 % et -8,1 %).

En termes de segments de marché, tous les rayons ont été impactés par cette dégradation de la conjoncture. Les marchés femme (prêt-à-porter -5,6 %, petites pièces -8,9 %) et enfant (-6,5 %) sont les plus touchés. Le prêt-à-porter masculin (-2,7 %) et la lingerie (-2,6 %) ont le mieux resisté.

Du coté des rayons textiles, les ventes ont affiché un recul de 2,2% en octobre, laissant le cumul annuel inchangé à -2 % sur les dix premiers mois de l'année.

La consommation d'articles d'habillement et textiles affiche donc un recul de 0,5 % sur dix mois par rapport à la même période l'année dernière (soit une stabilité à prix constant).

**CUMUL EN VALEUR JANVIER - OCTOBRE 2010 / JANVIER - OCTOBRE 2009**

| VARIATION DE CHIFFRE D'AFFAIRES (En %, à surface comparable) | INDÉPENDANTS MULTIMARQUES | CHAINES SPECIALIS. | CHAINES GDE DIFF. | GRANDS MAGASINS | MAGASINS POPULAIRES | V.A.D. (*) | HYPERS-SUPERS | TOTAL |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| • PRET-A-PORTER HOMME | +1.0 | +2.2 | -5.0 | +6.6 | ... | -12.4 | -5.0 | +0.8 |
| • PETITES PIECES HOMME | +0.5 | -0.7 | -1.5 | +3.0 | +5.3 | -11.1 | -0.9 | -0.7 |
| • SOUS-VETEMENTS, CHAUSSANTS HOMME | +0.6 | +3.4 | +1.7 | +2.7 | " | -13.5 | -3.7 | -1.2 |
| • PRET-A-PORTER FEMME | -2.6 | +0.6 | -2.2 | +7.9 | -3.1 | -1.4 | +2.0 | +0.1 |
| • PETITES PIECES FEMME | +1.2 | -1.2 | -1.6 | +10.2 | " | -3.6 | +1.9 | +0.0 |
| • LINGERIE, CHAUSSANTS FEMME | +5.6 | +1.0 | -2.3 | -1.2 | +3.8 | -9.5 | -2.6 | -0.9 |
| • HABILLEMENT ENFANT | -4.7 | -0.4 | -0.8 | +3.2 | +5.5 | -0.8 | -6.4 | -1.6 |
| • **TOTAL ARTICLES HABILLEMENT** | **+0.2** | **+0.3** | **-1.7** | **+6.0** | **+2.8** | **-5.1** | **-3.0** | **-0.4** |
| • LINGE DE MAISON | +1.9 | +2.6 | ... | -3.7 | +10.1 | +1.0 | -6.8 | -2.2 |
| • TISSU AU METRE | -3.7 | -2.4 | ... | -7.2 | ... | -0.2 | ... | -2.0 |
| • MERCERIE-LAINE | -4.3 | +0.4 | ... | -6.5 | -8.7 | +0.7 | ... | -0.5 |
| • **TOTAL TEXTILE** | **-1.3** | **+1.7** | ... | **-3.8** | **+4.9** | **+0.9** | **-6.8** | **-2.0** |
| • **TOTAL TEXTILE-HABILLEMENT** | **+0.2** | **+0.3** | **-1.7** | **+5.4** | **+2.9** | **-3.4** | **-3.8** | **-0.5** |
| • **CUMUL A PRIX CONSTANTS** | **+0.5** | **+0.9** | **-1.4** | **+6.3** | **+2.3** | **-2.9** | **-3.4** | **+0.0** |

* VAD : vente à distance (FEVAD) - données provisoires

## Les dernières tendances de la consommation de chaussures et d'accessoires de mode

### ACCESSOIRES DE MODE :

Sur dix mois, les accessoires de mode affichent toujours une bonne tenue de leurs ventes. Les hyper-supermarchés voient leurs chiffres d'affaires progresser de 9,3 %. A noter les bonnes performances sur ce rayon des chaînes à dominante habillement et des indépendants multimarques.

### CHAUSSURES :

Les résultats des ventes de chaussures sur les dix premiers mois ne sont pas en reste, avec une progression de 1,7 %. Les mauvais résultats du mois d'octobre ont pénalisé le cumul annuel, mais la progression reste bien meilleure que les résultats observés en consommation d'articles d'habillement et textiles.

**CUMUL JANVIER - OCTOBRE 2010 EN VALEUR**

| VARIATION DE CHIFFRE D'AFFAIRES (En %, à surface comparable) | MAROQUINERIE (1) | AUTRES ACCESSOIRES (2) | TOTAL ACCESSOIRES (1 et 2) | CHAUSSURES |
|---|---|---|---|---|
| • INDÉPENDANTS MULTIMARQUES | +0.8 | +5.2 | +3.8 | +2.7 |
| • CHAÎNES SPÉCIALISÉES HABILLEMENT | +0.7 | +7.3 | +5.9 | -1.6 |
| • CHAÎNES GDE DIFF. HABILLEMENT | -8.6 | +6.0 | +2.8 | ... |
| • CHAÎNES SPÉCIALISÉES CHAUSSURES (*) | ... | ... | -0.5 | +1.4 |
| • CHAÎNES GDE DIFF. CHAUSSURES (*) | ... | ... | +0.3 | +1.6 |
| • MAGASINS POPULAIRES | ... | ... | -3.7 | ... |
| • V.A.D. (**) | ... | ... | +2.1 | +9.8 |
| • HYPERS-SUPERS | -5.4 | +10.9 | +9.3 | +4.5 |
| • TENDANCE MOYENNE | -0.6 | +5.6 | +3.6 | +1.7 |

* Syndicat national du Commerce de la Chaussure (surface commerciale non comparable) - ** VAD : vente à distance (FEVAD) - données provisoires
(1) Maroquinerie : ceinture, sac à main, petite maroquinerie, bagage... - (2) Autres accessoires : écharpe, gants, bonnet, chapeau, casquette, foulard, cravate...

## 12 délégations régionales ont pris corps ! Bravo et merci pour votre participation

Chers adhérents,
Nous avons le plaisir de vous présenter **les équipes de Délégués régionaux** qui ont été élus dans le cadre des élections du 7 décembre dernier.

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Alsace** | **President** | **Bernard** | **RENCK** | S. OLIVIER | HAGUENAU | bernard.renck@orange.fr |
| Aquitaine | Délégué - «Vice Président» | Carine | CALBO | JUSTE MOI | AGEN | carine.calbo@hotmail.fr |
| **Aquitaine** | **President** | **Bernadette** | **HIRSCH** | MADEMOISELLE H | LE BOUSCAT | mademoiselle-h@orange.fr |
| **Bourgogne** | **President** | **Michèle** | **BLAHYJ** | FELINO | MARZY | michele.ptak@orange.fr |
| Bourgogne | Délégué - «Vice Président» | Geraldine | DEFERT | CHAPELLERIE MORIZOT | AVALLON | defert.g@wanadoo.fr |
| Centre | Délégué - «Vice Président» | Béatrice | GANGNEUX | LA COMPAGNIE DES PETITS | BLOIS | beatricegangneux@laposte.net |
| **Centre** | **President** | **Pierre** | **GUILLARD** | LES SALINES | CHARTRES | gps.sarl@orange.fr |
| Centre | Délégué - «Vice Président» | Patrice | MARTINEAU | AFFAIRE D'HOMME | AMBOISE | marti.dis@bbox.fr |
| Champagne-Ardenne | Délégué - «Vice Président» | Claudie | BERNOT | POISSON D AVRIL | SAINT DIZIER | cdb52@hotmail.fr |
| **Champagne-Ardenne** | **President** | **Martine** | **LEMAN-PIAT** | KARYNA | ARCIS SUR AUBE | martine.leman-piat@orange.fr |
| Champagne-Ardenne | Délégué - «Vice Président» | Josette | MOREAUX | RONDISSIMO | REIMS | rondissimo.reims@wanadoo.fr |
| **Haute Normandie** | **President** | **Etienne** | **DJELLOUL** | | YVETOT | ed.fnh@orange.fr |
| **Languedoc Roussillon** | **President** | **Irène** | **RIEU** | | PERPIGNAN | irene.rieu@wanadoo.fr |
| **Lorraine** | **President** | **Marc** | **LEONARD** | | SIX-FOURS-LES-PLAGES | mh.leonard@orange.fr |
| **Midi-Pyrénées** | **President** | **Marc** | **FRIDMAN** | | BALMA | marc.fridman@wanadoo.fr |
| Midi-Pyrénées | Délégué - «Vice Président» | Raymond | MAURY | | CASTRES | ramonede_com@yahoo.fr |
| **Pays de la loire** | **President** | **Gérard** | **BAUDRY** | | ST CYR EN TALMONDAIS | gerline@wanadoo.fr |
| **Picardie** | **President** | **Véronique** | **ALAIN DELAPORTE** | VANILLE | AMIENS | antoine.delaporte@wanadoo.fr |
| Rhône-Alpes | Délégué - «Vice Président» | Eric | MERTZ | SILHOUETTE | LA ROCHETTE | mertz.eric@orange.fr |
| Rhône-Alpes | Délégué - «Vice Président» | Serge | NICOLAIDIS | MENS | ROANNE | aupontneuf@wanadoo.fr |
| **Rhône-Alpes** | **President** | **Jean-Sébastien** | **VEILLEUX** | LA CANADIENNE SAS | LYON | js.veilleux@la-canadienne.com |

Le taux de participation pour ces élections a dépassé les 30% au global ce qui est à la hauteur de nos attentes, sachant qu'il s'agissait d'une première édition et que les délais impartis au vote étaient serrés. Quelques enveloppes de vote nous sont aussi parvenues après la date de dépouillement, et nous regrettons de ne pas avoir pu les prendre en compte.

Afin que la profession soit mieux représentée dans les instances territoriales, sachez que nous avons entrepris une démarche d'information auprès des Chambres de Commerce et d'Industrie, des CGPME, des MEDEF et des Chambres de métiers pour que vos Délégués soient consultés et associés aux diverses commissions ou groupes traitant de sujets vous concernant.

Les Présidents des Délégations régionales sont membres de l'Assemblée Générale de la FNH, aux côtés des Présidents de Syndicats régionaux ( Nord- Pas de Calais, Paris- Ile de France et Bretagne) et des représentants de groupements adhérents de la FNH.

Nous vous rappelons enfin les noms des représentants de la FNH en Bretagne, Nord Pas de Calais et Ile de France : il s'agit respectivement de Mme Françoise L'HOTTELIER (Rennes), de M. Carol BLEITRACH ( Lille) et de M. Gérard CHICAL ( Paris). Tous trois sont Présidents de Syndicats Régionaux.

Nous communiquerons dans le prochain Détaillant sur les membres du Comité Directeur élus par l'Assemblée Générale du 24 janvier 2011.

Enfin 7 régions restent dépourvues de représentants. Nous sommes toujours à votre écoute, n'hésitez pas à nous contacter si vous souhaitez l'organisation d'élections au niveau de votre région.

Sandra VASSY
Secrétaire Générale de la FNH
svassy@federation-habillement.fr

# La découverte du « Centro Ingrosso Sviluppo » de Nola, ou comment voir Naples sous un autre jour …

Le 16 novembre dernier une délégation de la FNH s'envolait pour un voyage de 4 jours, direction Naples. Le groupe, avec à sa tête notre Président Charles Melcer et Sandra Vassy, Secrétaire générale, était composé de 24 patrons de magasins en activité des secteurs de l'homme et de la femme et venant de différentes régions de France.

Le but de ce voyage n'était pas d'aller contempler le Vésuve ou la magnifique baie de Naples mais de se rendre à Nola, ville située à une trentaine de kilomètres à l'est de Naples pour visiter et rencontrer les fabricants, grossistes ou importateurs implantés dans le « District commercial » de Nola.



L'ensemble du site de Nola dénommée « la ville des affaires » a été créé en 1986. Il s'étend sur une surface totale de 5.000.000m², 1000 entreprises y sont installées et 9000 personnes y travaillent.

Il se compose du « CIS » (Centro Ingrosso Sviluppo) proprement dit avec ses commerces de gros, de « l' Interporto Campano » qui est un lieu important où se trouvent essentiellement les sièges de grands groupes, ainsi que toute la base logistique du centre et enfin le « Vulcano Buono », architecture verdoyante véritable reconstitution écologique du Vésuve qui héberge en son ventre un important centre commercial de vente au détail ouvert à tous avec quelques enseignes Françaises comme Auchan, Pimkie, Promod mais aussi Zara, Guess et de nombreuses enseignes italiennes appartenant souvent aux industriels présents au « CIS », ainsi qu'un confortable hôtel Holiday Inn où nous avons logé.

*Le « CIS » occupe une superficie de 1.000.000 de mètres carrés dont 550.000 sont des espaces couverts avec 6 km de vitrines. Avec plus de 20.000 clients chaque jour, le « CIS » se félicite d'être le plus grand système de distribution commerciale d'Europe. En vertu de la globalisation des échanges et de la centralité du Port de Naples, le « CIS » est aujourd'hui la première référence du bassin méditerranéen et des marchés du monde entier. Le volume d'affaires annuel du « CIS » est estimé à 7 milliards d'euros.*

*L'univers de l'Equipement de la Personne et de la Maison occupe la très grande majorité des espaces du « CIS » on y dénombre : 51 entreprises pour le prêt à porter féminin, 23 pour le masculin, 36 traitent l' homme et la femme, 15 pour l'enfant, 8 pour le cuir et la fourrure, 24 pour les secteurs accessoires, maroquinerie, chaussures, 29 pour le linge de maison, 17 pour la lingerie/sous-vêtements, soit un total de plus de 200 sociétés.*

D'autre part, dans un environnement industriel plus feutré, à l'abri des acheteurs occasionnels, sans vitrine alléchante, une centaine d'entreprises, visiblement à la recherche de partenaires commerciaux majeurs, sont présentes dans le quartier de « l'Interporto »

Durant trois jours, du matin au soir, notre délégation dispersée en une dizaine de petits groupes a arpenté les différentes allées, chacun à la recherche du produit qui pouvait l'intéresser. Pour l'occasion, chaque groupe était accompagné d'une super-interprète mise à disposition par la Direction du « CIS ». Chaque soir un débriefing permettait à chacun d'échanger les bons (ou moins bons) plans repérés au cours de la journée.

A l'issue de cette exploration, une quarantaine d'entreprises ont été identifiées comme pouvant apporter un intérêt sérieux à nos détaillants. La date de ce voyage intervenant pratiquement en fin de saison, seuls des achats « tests » ont été réalisés par une grande majorité des participants.

Mais que ce soit dans le masculin ou dans le féminin, pratiquement chacun a pu trouver des produits adaptés à son marché. Après d'âpres négociations certains ont obtenu des prix particulièrement attractifs qui leur permettent de réaliser des marges très intéressantes. Ce fait est vérifié car à l'heure où cet article est rédigé plusieurs commerçants ont reçu leur marchandise et l'ont mise en vente avec des taux de revente constatés très élevés.

En dressant un premier bilan auprès des participants, voici les principaux points positifs enregistrés :

- La variété de l'offre présentée, en raison de la complémentarité du pronto moda du CIS avec les collections plus structurées des marques de la zone de l'Interporto (avec toutefois une déception pour ceux qui

cherchaient de la fantaisie dans le segment de la femme intemporelle moyen de gamme).

- Le grand choix de fournisseurs dans les secteurs de la femme jeune et de l'homme particulièrement dans le sportwear et l'urbanwear.
- A noter : La provenance des vêtements est variable suivant les enseignes. Des productions italiennes griffées « made in Italy » surtout dans la maille, mais aussi des produits venus d'Asie pour les parkas ou blousons. Pour les spécialistes de la fourrure ou du linge de maison, quelques adresses ont permis de réaliser des achats de qualité ou prendre des contacts intéressants.
- Le professionnalisme et la disponibilité de l'équipe du CIS et des interprètes mises à notre disposition pour accompagner la délégation de la FNH.



Par ailleurs, nous attirons votre attention sur :

- Quelques complications pour les détaillants qui ont choisi le paiement par chèque international, d'où une forte préconisation pour des règlements par carte bleue, virements, espèces.
- La diversité des tarifs de livraison pratiqués : pour éviter les surprises à l'avenir, la négociation au niveau de la Direction du « CIS » d'un tarif spécial « FNH » est envisagée, avec le groupe UPS -qui semble être l'acteur majeur pour les livraisons vers la France.
- Enfin, lorsque vous établissez une commande, pensez à tenir compte des écarts de tailles entre le marquage italien et les tailles françaises, un décalage de 4 tailles est à prévoir (par exemple, un 40 français équivaut à un 44 italien).

Ce voyage particulièrement bien organisé par la Direction du « CIS » nous a permis de découvrir de nouvelles sources d'approvisionnements aussi bien pour effectuer des achats sur le long terme que des achats en « Pronto Moda ». Suite à ce premier contact, plusieurs personnes nous ont fait part de leur souhait d'y retourner à des dates plus adaptées à leur propre mode de fonctionnement, et dès à présent certains envisagent dans leur prochain plan d'achats de consacrer un budget au Pronto Moda.

Nous remercions nos hôtes pour la qualité de leur accueil, leur disponibilité. Nous avons bien ressenti que face à la crise économique sans précédent que nous vivons, le CIS est à la recherche de nouveaux marchés (jusqu'à ce jour le « CIS » de Naples avait pour clients privilégiés les détaillants traditionnels italiens, les pays du Bassin Méditerranéen dont la Grèce et les Pays de l'Europe de l'Est). Pour des détaillants français qui eux aussi sont en pleine mutation dans leurs pratiques d'achats, c'est une aubaine !

N'hésitez pas à nous contacter pour en savoir plus sur le CIS !

Marc NECAND, Consultant pour la FNH
necamarc@yahoo.fr



# Raccourcissement des délais de paiement : Où en sommes-nous ?

La LME d'août 2008 a prévu le raccourcissement des délais de paiement interprofessionnels à 45 jours fin de mois, ce délais pouvant être aménagé seulement de façon temporaire et organisé sectoriellement.

Malheureusement, les caractéristiques des secteurs, leur taux de rotation des stocks et la nature de produits vendus ne devaient pas entrer en ligne de compte pour pouvoir bénéficier de dérogations durables. Cette mesure (destinée à « dynamiser » l'économie en alignant les délais français sur la moyenne observée en Europe) reste une spécificité française.

**Nous sommes à moins d'un an du 1er janvier 2012, date à laquelle les « 45 jours fin de mois » doivent, normalement et sauf aménagement de la loi, entrer en vigueur pour le secteur textile.**

En effet, nous vous rappelons que la FNH a signé le 23 décembre 2008 un accord dérogatoire sectoriel sur les délais de paiement avec les représentants des fabricants. Cet accord a été signé par les principales fédérations de distributeurs et de fabricants de textile et habillement. Un avenant de mars 2009 est venu compléter l'accord dans le cas de plans de financement.

Du côté des fabricants, sont signataires :

- l'Union des Industries Textiles (UIT)
- l'Union Française des Industries de l'Habillement (UFIH)
- la Fédération Française de la Couture, du Prêt-à-porter des Couturiers et des Créateurs de Mode.

Conformément à la loi de modernisation de l'économie, cet accord dérogatoire et son avenant du 10 mars 2009 prévoient une réduction progressive des délais de paiement selon le calendrier suivèant :

- 75 jours fin de mois au 1 er janvier 2009 + 15 jours en cas de plan de financement
- 65 jours fin de mois au 1 er janvier 2010 + 15 jours en cas de plan de financement
- **55 jours fin de mois au 1er janvier 2011 + 10 jours en cas de plan de financement**
- 45 jours fin de mois au 1 er janvier 2012

Nous vous invitons toujours pour 2011 à faire référence à cet accord dérogatoire dans vos bons de commande et à en parler avec vos fournisseurs français.

Les commandes passées auprès de fournisseurs étrangers ne sont pas au sens strict concernées par la LME. Toutefois, l'interprétation de la DGCCRF sur ce point nous invite à la prudence.

La piste à explorer de manière privilégiée pour les détaillants est donc **celle d'une coopération accrue avec leurs fournisseurs français :** le fractionnement des livraisons et donc l'émission de plusieurs factures par saison, chacune faisant courir un délai de règlement, reste la solution légale la plus pertinente.

Néanmoins, conscients des nombreuses difficultés posées par cette loi dans la conjoncture actuelle, le Président Charles MELCER s'entretiendra de ce sujet crucial avec le nouveau Secrétaire d'Etat chargé du commerce, M. Frédéric LEFEBVRE, dès le mois de Janvier 2011.

Sandra VASSY
Secrétaire Générale



## Soldes saisonniers et soldes flottants : quelles sont les périodes légales ?

Nous vous rappelons que tous les décrets relatifs aux soldes saisonniers et aux soldes flottants sont consultables sur notre site www.federation-habillement.fr dans la rubrique Dossier.

# Adhésion 2011 : Pensez-y dès maintenant et parlez-en autour de vous !

En ce début d'année, nous vous rappelons l'ensemble des services inclus dans votre cotisation à la FNH.

Pensez à renouveler votre cotisation avant le 31 janvier pour éviter toute interruption dans nos services et notamment pour la Protection Juridique et l'abonnement à Fashion Daily News.

**La FNH est l'organisation professionnelle des détaillants indépendants du secteur habillement et articles textiles** : ceux-ci peuvent être multimarques, affiliés ou franchisés à une enseigne, avoir une ou plusieurs boutiques dans ce secteur, être adhérents ou non de groupements professionnels.

Avec notre équipe de juristes, vous bénéficiez d'aide et de conseils en matière de droit social, droit économique et de fiscalité.

De plus, grâce à des partenariats avec des professionnels du secteur, nous vous offrons des services adaptés à vos besoins :

- Formation professionnelle et ateliers
- Guides professionnels (vente en anglais, « Boutiques de mode, mode d'emploi »,…)
- Assistance juridique via une compagnie d'assurances spécialisée (la DAS, filiale de MMA)
- Entrées gratuites pour certains salons du prêt-à-porter
- Revue trimestrielle « le Détaillant » et accès à un service Internet
- Abonnement gratuit à une revue professionnelle hebdomadaire
- Nouveau : depuis 2009, votre adhésion à la FNH vous permet de vous acquitter en toute simplicité de l'éco-participation textile obligatoire pour les metteurs en marché.

- Votre éco-participation 2011 (forfaitisée) est incluse dans la cotisation FNH pour 2011
- Pas de démarches individuelles à réaliser : la FNH se charge de votre immatriculation auprès d'Eco-TLC.

### Nos actions

- Actions contre l'installation de « magasins d'usine » (centres de marques)
- Défense du repos dominical pour la survie des commerces indépendants
- Défense du principe de propriété commerciale
- Sécurité des commerçants indépendants

### Nos interventions

- Négociation de la convention collective avec les partenaires sociaux
- Réalisation d'études pour répondre aux préoccupations quotidiennes de ses adhérents
- Opérations de lobbying auprès des pouvoirs publics pour que les évolutions législatives prennent en compte le commerce indépendant

Pour toute question relative à l'adhésion ou pour obtenir un dossier d'adhésion, Sylvie MELLERIN est à votre écoute, n'hésitez pas à la contacter au 01 42 02 61 87 ou smellerin@federation-habillement.fr.

## Vos contacts à la FNH :

- **Secrétariat Général :**
  Sandra Vassy, svassy@federation-habillement.fr,
  Tél. 01 42 02 17 69
- **Secrétariat de la FNH, adhésions, services aux adhérents :**
  Sylvie Mellerin, smellerin@federation-habillement.fr,
  Tél. 01 42 02 61 87
- **Accueil-standard, prise de vos demandes :**
  Zohra Benzidane, accueil@federation-habillement.fr,
  Tél. 01 42 02 17 69
- **Droit social, négociation de la convention collective :**
  - Sophie Jami, sjami@federation-habillement.fr,
    Tél. 01 42 02 17 69
  - Arnaud Legrand, alegrand@federation-habillement.fr,
    Tél. 01 42 02 17 69
- **Droit économique, Collectif de contrôle des centres de marques :**
  Frédéric Willems, fwillems@federation-habillement.fr,
  Tél. 01 42 02 17 69
- **Conseil commercial et accompagnement créateurs :**
  Marc Nécand, necamarc@yahoo.fr
- **Communication (site internet, Le Détaillant, salon du PAP, événements, …) :**
  Marie Neto, mneto@federation-habillement.fr,
  Tél. 01 42 02 61 89
- **Formations, ateliers, matinales :**
  Marie Neto, mneto@federation-habillement.fr,
  Tél. 01 42 02 61 89

# L'agenda du Président

## • Octobre 2010

- **Vendredi 1er** Audition auprès de M. MERLIERE, Directeur Général du Crédoc et de Mme CHABALLIER au sujet des soldes flottants.
- **Mardi 5** Conseil d'Administration du FNCIP-HT. Rendez-vous avec l'association Projets Métiers Actions sur la Valorisation des Métiers.
- **Mercredi 6** Commission Perspectives 2012 (CDF) Conseil d'administration exceptionnel (CdCF). Interview de France Info sur le thème « des achats sur le net ? ».
- **Jeudi 7** Matinales du Commerce : petit-déjeuner débat sur le thème de « la réforme de l'urbanisme commercial » Michel PIRON, Député de Maine-et-Loire(CdCF) et rapporteur de la proposition de loi relative à l'urbanisme commercial.
- **Lundi 11** Atelier animé par MoDZ sur la Mode et Internet.
- **Mardi 12** Réunion de la sous-commission du commerce de proximité au Ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi. Dîner-débat du Groupe de liaison Parlement – Commerce avec pour invité M. Guillaume POITRINAL, Président du Directoire d'UNIBAIL-RODAMCO, intervenant sur « La réforme de l'urbanisme commercial ».
- **Mercredi 13** Commission Paritaire Nationale pour l'Emploi et la Formation Professionnelle.
- **Vendredi 15** CGPME Commerce : réunion du groupe de travail sur le droit de préemption.
- **Mercredi 20** Comité Directeur Confédéral (CGPME).
- **Vendredi 22** Comité Directeur de la FNH.
- **Mardi 26** Conseil d'Administration du CdCF.
- **Dimanche 31** Interview pour le Journal du Dimanche sur les problèmes de grèves et leur impact sur le commerce.

## • Novembre 2010

- **Lundi 1er** Interview France Info, France Bleu IdF, Europe 1, RMC Info, BFM, France 2, France Info sur les soldes flottants qui arrivent à leur terme et du résultat du rapport de l'IFM et du Crédoc attendu pour la mi-novembre à ce sujet.
- **Mercredi 3** Interview Canal+ au sujet des soldes flottants.
- **Lundi 15** Assemblée Générale et Comité Directeur de la Confédération des Détaillants de France.
- **Mardi 16** Mission FNH du 16 au 19 au CIS de Naples.
- **Lundi 22** Rencontres Nationales des associations commerciales au Ministère de l'économie, de l'industrie et de l'emploi.
- **Mardi 23** Conseil d'Administration du CdCF.
- **Mardi 30** Séminaire IFM sur le thème «Perspectives internationales pour 2011» mode et textile. Assemblée Générale ordinaire de Projets Métiers Actions.

## • Décembre 2010

- **Mardi 7** Conseil d'Administration du FNCIP-HT Interviews BFM TV, Europe 1, France 2, France 3, France Bleu Ile-de-France, France Info, sur les soldes flottants maintenus suite au rapport de l'IFM et du CREDOC Réunion de la commission Valorisation des Métiers de la Brancher.
- **Mercredi 8** Comité Directeur de la FNH.
- **Lundi 13** Soirée-débat organisée par l'IME et la CCIP sur le thème « Le mentorat entrepreneurial, tremplin vers l'entreprise de taille intermédiaire ».
- **Mercredi 15** Comité Directeur Commun UNPS UNPMI UNPMC UNA (CGPME). Comité Directeur Confédéral (CGPME).
- **Mardi 21** Présentation du rapport sur les soldes flottants de l'IFM et du Crédoc, remis lundi 6 décembre au secrétaire d'Etat au Commerce Frédéric Lefebvre.

# Quel avenir pour les soldes « flottants » en 2011 ?



*Frédéric WILLEMS*
*Docteur en droit*
*Responsable des affaires économiques*
*Fédération Nationale de l'Habillement*

**« Peut-on réformer les soldes sans les commerçants ? »** Cette question se pose encore après deux ans de polémiques ininterrompues autour de la pratique des soldes dits « flottants ». L'automne 2010 a été l'occasion, pour le monde du commerce, de faire un audit de performance et de popularité de ce nouveau dispositif. Plusieurs rendez-vous ont marqué la fin d'année 2010 avec, tout d'abord, en septembre, une table ronde réunissant au Ministère de l'économie professionnels et consommateurs, ensuite, en octobre, une série d'auditions menées par le Credoc et l'IFM chargés par Hervé Novelli d'un rapport d'orientation sur les soldes « flottants » et enfin, en décembre, la présentation des conclusions du rapport et des arbitrages du nouveau secrétaire d'Etat Frédéric Lefebvre. Si la qualité de ce document et son impartialité ont été très largement saluées par les acteurs du commerce, il en va autrement des trois recommandations suivantes, formulées pour 2011.

**« Les incertitudes sur l'évolution des prix en 2011 conduisent à maintenir un dispositif de baisse des prix. »** La première recommandation tient compte du risque d'inflation en 2011-12 du fait d'une hausse des coûts d'approvisionnement des donneurs d'ordre pour justifier de la poursuite « *des nouvelles possibilités de prix barrés introduites par la LME et ne pas réduire les possibilités de vendre à perte, dans une optique de défense du pouvoir d'achat des consommateurs* » (Rapport, p. 65). Elle ne fait aucun cas de la position majoritaire des organisations professionnelles qui ont souhaité la suppression des soldes « flottants ». Parmi elles, le Conseil du Commerce de France, la CGPME, les fédérations représentant les succursalistes, les grands magasins, les professionnels du sport, de la chaussure, de la maroquinerie mais aussi le e-commerce et bien entendu la FNH. Elle ne retient pas non plus la position ultra-dominante des associations de consommateurs, préférant retenir le seul avis favorable de l'association Consommation, Logement et Cadre de vie (CLCV). Ensemble, professionnels et consommateurs reconnaissent en effet qu'il n'est pas de la vocation des soldes de « défendre le pouvoir d'achat », d'autres moyens de promotion étant par ailleurs mieux adaptés. En tout état de cause, l'arbitrage ministériel repose sur des considérations très éloignées des préoccupations immédiates du commerce.

**« Laissons vivre le dispositif actuel, une solution d'équilibre est en vue avec le recours aux promotions qui répond au souhait des distributeurs comme des consommateurs. »** La seconde recommandation répond à la logique du « moindre mal » en renonçant au choix d'une date fixe pour des soldes d'intersaison tout en maintenant les soldes « flottants ». Tout est dit à la première phrase : « *Face à l'opposition générale des distributeurs de l'habillement et au risque économique d'une généralisation des périodes de soldes et promotions pour le commerce indépendant, il ne semble pas opportun de mettre, à dates fixes, les périodes de soldes complémentaires* ». N'est-ce pas là reconnaître les effets économiquement indésirables d'une mesure impopulaire ? Il est laissé aux professionnels du commerce la responsabilité de mettre fin aux soldes « flottants » en en abandonnant la pratique ! Après tout, les pratiques promotionnelles ont été libéralisées avec la LME et le nouvel arrêté du 31 décembre 2008 relatif aux annonces de réduction de prix à l'égard du consommateur. Les rabais sur les fins de séries sont désormais permis toute l'année, même avant les soldes. L'offre et la demande ne sont donc pas en reste. Pour autant, cette survivance des soldes « flottants » est susceptible de créer d'inutiles tensions sur les territoires, entre villes, entre quartiers, entre rues… sans effets probants ni sur la concurrence ni sur le pouvoir d'achat des consommateurs.

**« Pour une période d'animation commerciale au printemps ?... mais sans utiliser le mot « soldes ».** La dernière recommandation appelle les plus grandes réserves. Certes, l'idée de réaliser une grande opération promotionnelle, distincte des soldes et d'envergure nationale, est très séduisante. Une manifestation du type « la semaine ou la quinzaine de la mode » pourrait être un moyen de dynamiser la période de plus faible activité en intersaison. Mais cette idée n'offre en pratique aucune assurance que la dénomination de « soldes » sera effectivement abandonnée … En l'absence de toute réforme législative abrogeant le dispositif des soldes « flottants », cette recommandation n'offre aucune garantie quant à la vraie nature de cette manifestation. Au contraire, elle risque de conduire le commerce, malgré lui et de façon irréversible, vers quatre périodes de soldes par an. C'est ce qu'on appelle contourner le problème avec obstination !

## Exonération sociale et fiscale des bons d'achat et cadeaux pour Noël

Dans les entreprises de moins de 50 salariés, l'employeur peut attribuer des bons d'achat ou cadeaux aux salariés pour la Fête de Noël exonérés du paiement des cotisations et contributions de Sécurité sociale, ainsi que de l'impôt sur le revenu, à condition que leur valeur ne dépasse pas le seuil de **5% du plafond mensuel de sécurité sociale**, soit 144 € pour 2010 et 147 € pour 2011. Ce seuil applicable par année civile s'entend par salarié + par enfant. Cette tolérance ne s'applique pas aux « enveloppes », chèques ou primes destinés à l'achat d'un cadeau qui doivent être inclus dans l'assiette des cotisations. Pour plus de précisions : www.urssaf.fr

## La loi du 9 novembre 2010 portant réforme des retraites

- **Age du droit à la retraite : 62 ans dès 2018**

Fixé à 60 ans actuellement, l'âge légal d'ouverture du droit à une pension de retraite sera progressivement relevé, pour les assurés nés à compter du **1er juillet 1951**, à raison de 4 mois par génération, pour atteindre **62 ans** pour les assurés nés à compter du **1er janvier 1956**. Les assurés nés avant le 1er juillet 1951 ne sont pas concernés par le relèvement de l'âge légal de départ à la retraite et peuvent continuer à partir à la retraite dès 60 ans.

- **Age de la retraite à taux plein : 67 ans en 2023**

L'âge auquel le taux plein est automatiquement attribué lorsque la durée nécessaire d'assurance n'est pas atteinte, fixé à 65 ans jusqu'à présent, sera progressivement relevé pour les assurés nés à compter du **1er juillet 1951**, à raison de 4 mois par génération, pour atteindre **67 ans** pour les assurés nés à compter du **1er janvier 1956**. Les assurés nés avant le 1er juillet 1951 ne sont pas concernés par ce relèvement et peuvent obtenir leur retraite à taux plein à leur 65ème anniversaire.

*A noter ! La réforme prévoit de nombreuses dérogations (longues carrières, pénibilité…) maintenant l'âge du départ à la retraite avant 62 ans et l'âge de la retraite à taux plein avant 67 ans.*

## La loi de financement de la sécurité sociale pour 2011

Marquée par une forte volonté de réduire les déficits sociaux, la loi de financement de la sécurité sociale pour 2011 (JO du 21 décembre) réduit plusieurs « niches sociales » pour apporter de nouvelles recettes à la sécurité sociale.

- **Annualisation du calcul de la réduction Fillon**

Pour rappel, la réduction Fillon est une réduction générale et dégressive de cotisations patronales de sécurité sociale dont le montant varie selon le niveau de rémunération des salariés concernés. Son taux maximal (26% ou 28,1% selon l'effectif de l'entreprise) s'applique aux salariés rémunérés au Smic et devient nul pour les salariés dont la rémunération est égale ou supérieure à 1,6 Smic. A compter du 1er janvier 2011, la réduction Fillon sera calculée en fonction de la rémunération versée sur toute l'année au salarié et non sur celle versée au cours de chaque mois civil. Un décret à paraître doit fixer les modalités de ce calcul annualisé. La loi entraînera une diminution de la réduction pour les employeurs versant une partie de la rémunération sous forme de primes ponctuelles en fin d'année.

- **Plafonnement de l'abattement de 3% sur l'assiette de la CSG et de la CRDS**

L'assiette de la CSG et de la CRDS sur les revenus d'activité salariée est actuellement minorée de 3% au titre des frais professionnels. Elle est donc égale à 97% de ces revenus. La nouvelle loi limite à **4 plafonds** de la sécurité sociale le montant de la rémunération auquel s'applique cette réduction d'assiette. Ainsi, pour l'année 2011, l'abattement sera plafonné à 4 242 € (soit 141 408 € x 3%) et la réduction de CSG/CRDS qui en résulte sera au maximum de 339 € (4 242 € x 8%).

- **Hausse du forfait social**

Le forfait social est dû par l'employeur sur certaines sommes exclues de l'assiette des cotisations de sécurité sociale mais soumises à la CSG. Le taux du forfait social est porté à **6%** à compter du **1er janvier 2011** (au lieu de 4% en 2010).

- **Indemnités de rupture**

En 2012, l'exonération de cotisations et contributions sociales sur les indemnités de rupture du contrat de travail sera plafonné à 3 fois le plafond annuel de la sécurité sociale. Des dispositions transitoires sont cependant prévues pour les indemnités versées en 2011. Les nouvelles règles seront abordées en détail dans les informations sociales du 1er trimestre 2011.

## Jurisprudence

Deux Cours d'Appel ont admis que l'employeur puisse se prévaloir à l'appui d'une sanction ou d'un licenciement des messages diffusés par un salarié sur la page internet d'un réseau social (Facebook) ouverte à un large public « d'amis ». Ces messages manifestaient un abus de la liberté d'expression (propos injurieux et diffamatoires) et un manquement à l'obligation de loyauté envers l'employeur.

# Nos réponses à vos questions



*Sophie JAMI*
*Juriste en droit social*

**Le congé de paternité doit-il être pris immédiatement après la naissance de l'enfant ?**

**NON.** Le congé de paternité qui a une durée de 11 jours consécutifs (18 jours en cas de naissances multiples) peut être pris dans les 4 mois suivant la naissance de l'enfant. Il s'ajoute aux 3 jours ouvrés d'absence accordés au salarié au moment de la naissance (article 24 CCN n°3241). Le congé de paternité peut donc être pris à la convenance du salarié immédiatement après ces 3 jours ou plus tard. Il appartient au salarié qui souhaite bénéficier du congé de paternité d'avertir son employeur de la date et de la durée du congé un mois minimum avant le début du congé. Si l'employeur est tenu d'assurer un maintien de rémunération durant le congé pour naissance, le congé de paternité est exclusivement indemnisé par la sécurité sociale.

**Est-il possible de vérifier le casier judiciaire d'un candidat avant de l'embaucher ?**

L'employeur ne peut demander au candidat à un emploi que des informations présentant un lien direct et nécessaire avec l'emploi proposé ou avec l'évaluation de ses aptitudes professionnelles.

La vérification du casier judiciaire est donc possible pour certains emplois spécifiques, notamment si le salarié doit manipuler des fonds. Attention ! L'employeur n'est pas en droit de se faire délivrer directement l'extrait de casier judiciaire du futur salarié. L'extrait de casier judiciaire ne peut être demandé que par la personne qu'il concerne ou par son représentant légal s'il s'agit d'un mineur. Il ne peut en aucun cas, même avec l'accord du titulaire, être délivré à un tiers. Par conséquent, l'employeur a uniquement la possibilité de demander au candidat une copie de l'extrait de casier judiciaire.

**Un salarié tombe malade durant l'exécution de son préavis. L'arrêt de travail a-t-il pour effet de suspendre le préavis ?**

La jurisprudence considère que le préavis ne peut pas en principe être suspendu, y compris en cas de maladie non professionnelle. En revanche, la maladie professionnelle, l'accident du travail ou encore les congés payés suspendent le préavis.

Sur le terrain de l'indemnisation de la maladie, les règles seront strictement identiques à celles qui s'appliquent durant l'exécution du contrat de travail.

**Je me suis trompé en la défaveur du salarié dans le calcul de la prime d'ancienneté sur l'ensemble des mois de l'année 2010. Dois-je lui remettre autant de bulletins de paie rectifiés que de mois concernés par les rappels de primes ?**

**NON.** La jurisprudence considère que l'employeur peut remettre un seul bulletin de paie sur lequel figurent les rappels de primes dues sur plusieurs mois, établi lors de leur paiement. Cette solution est en effet conforme au Code du travail, selon lequel le bulletin de paie est remis « lors du paiement du salaire ».

**J'envisage de procéder au licenciement pour motif économique de mon salarié. Ma comptable m'a indiqué que je suis tenu de proposer au salarié lors de l'entretien préalable le bénéfice de la convention de reclassement de personnalisé. Comment prouver que j'ai bien informé mon salarié ?**

L'employeur qui ne propose pas au salarié le bénéfice de la convention de reclassement personnalisé doit verser à Pôle Emploi une contribution égale à 2 mois de salaire brut. Le salarié peut également réclamer en justice des dommages-intérêts. C'est à l'employeur de prouver qu'il s'est acquitté de son obligation d'information. Pour cela, il pourra produire le récépissé signé par le salarié lors de la remise des documents d'information établis par Pôle Emploi.

**J'ai embauché un apprenti. Dois-je lui faire passer la visite médicale d'embauche ?**

**OUI.** Comme tout salarié, l'apprenti fait l'objet d'un examen médical avant l'embauche ou au plus tard avant l'expiration de la période d'essai par le médecin du travail. En cas de surveillance médicale renforcée (notamment apprenti handicapé ou mineur), l'apprenti bénéficie obligatoirement de cet examen avant son embauche. En pratique, la visite médicale d'embauche doit avoir lieu à une date permettant de transmettre la fiche d'aptitude au plus tard dans un délai de 15 jours à compter de l'enregistrement du contrat.

## Vous souhaitez recruter un salarié en CDD ou en CDI ?




Connectez-vous sur www.metiers-commerce-habillement.fr !

Depuis janvier 2010, votre branche professionnelle s'est associée à Fashionjobs, leader du recrutement sur le marché de la mode en France, pour vous aider à recruter à l'aide d'un outil Internet simple d'utilisation et performant. Vous pouvez déposer, sans frais, une annonce valable un mois si vous appartenez à la branche professionnelle du commerce indépendant de l'habillement et des articles textiles. Votre annonce est d'ailleurs bien identifiée comme appartenant à la branche grâce au logo BOUTIQUES de MODE

Plus de 120 annonces ont été déposées en 2010.

Pour profiter de ce partenariat, munissez vous de votre numéro de SIRET avant de commencer, et préparez tous les éléments pertinents pour la rédaction de votre annonce. Voir notre guide pour rédiger une annonce sur http://www.metiers-commerce-habillement.fr/index.php?/plain_site/L-emploi/Vous-voulez-recruter.

Vous deviendrez ensuite l'administrateur de votre annonce et pourrez la modifier à tout moment. Le dépôt de l'annonce se fait sur le site Fashionjobs (rubrique accessible depuis le www.metiers-commerce-habillement.fr).

La consultation des annonces par des jeunes ou demandeurs d'emploi est gratuite et peut se faire sur le site www.fashionjobs.fr ou sur le site de la branche.




## Formations et ateliers : un nouveau départ

L'année 2010 n'aura pas été une année très facile et vous avez eu beaucoup de mal à vous mobiliser pour assister aux formations que nous avons proposées et ce malgré des programmes et une communication importante.

2011 sera l'année du changement pour la FNH, avec l'élection, le 24 janvier, d'un nouveau Président et d'un nouveau comité directeur avec des représentants régionaux. La FNH sera donc plus active aux 4 coins de la France et donc plus représentative.

Tous ces facteurs nous amènent à réfléchir sur la façon dont nous devons appréhender les difficultés que nous avons connues en terme de remplissage de nos sessions. Aussi, nous ne proposerons pas de formations sur le premier semestre 2011.

Nous continuerons à vous fournir des formations sectorielles à partir du second semestre 2011 avec quelques changements que vous découvrirez à la réception de notre catalogue en juillet 2011.

Bien entendu, je me tiens à votre disposition pour tout renseignement ou toute demande de formation sur mesure au 01 42 02 61 89 ou par mail mneto@federation-habillement.fr

**Marie Neto,**
**Chargée Communication et Formation**

Le Détaillant est une publication trimestrielle,
destinée aux professionnels du textile
et de l'équipement de la personne.

**Le Détaillant est édité par la FNH**

**Fédération Nationale de l'Habillement :**
**9, rue des Petits-Hôtels - 75010 Paris**
**Tél. 01 42 02 17 69 - Fax. 01 42 02 53 95**
www.federation-habillement.fr

Comité de rédaction : Charles Melcer, Sandra Vassy, Marie Neto.

M2 C2 imprim Conception appiacom 01 44 67 74 34

# La revalorisation du SMIC au 1er janvier 2011

Le taux horaire du Smic est porté à **9 €** à compter du **1er janvier 2011**, au lieu de 8,86 € depuis le 1er janvier 2010, soit un relèvement de 1,6%.
Le minimum garanti, qui n'avait pas été revalorisé depuis juillet 2008 est, quant à lui, porté à **3,36 €.**
>Décret n°2010-1584 du 17 décembre 2010 (JO 18 décembre).

## 1 - Le SMIC et les salaires minima conventionnels

A compter du 1er janvier 2011 :

- le taux horaire du Smic est égal à **9 €.**
- le Smic mensuel est égal à **1365,03 €** pour 151,67 heures ou **1365 €** sur la base de 35 heures x 52/12.

**L'avenant n°17** fixe depuis **le 1er août 2009** les rémunérations minimales conventionnelles qui doivent être versées aux salariés de la branche du commerce de détail de l'habillement et des articles textiles en fonction de leur catégorie dans les grilles de classification[1].

La revalorisation du Smic au 1er janvier 2011 rend inapplicables les rémunérations minimales des trois premières catégories, qui deviennent inférieures au nouveau Smic.

**Voici la grille applicable pour les rémunérations versées à compter du 1er janvier 2011**

| **Employés** | **Avenant n°17** Salaire brut pour **151,67 heures** mensuelles | |
|---|---|---|
| 1 | ~~1 340 €~~ | **1365,03 € Smic au 01/01/2011** |
| 2 | ~~1 350 €~~ | |
| 3 | ~~1 360 €~~ | |
| 4 | 1 380 € | |
| 5 | 1 420 € | |
| 6 | 1 450 € | |
| 7 | 1 510 € | |
| 8 | 1 570 € | |
| **Agents de maîtrise** | | |
| A1 | 1 690 € | |
| A2 | 1 790 € | |
| B | 2 090 € | |
| **Cadres** | | |
| C | 2 860 € | |
| D | 3 140 € | |

La rémunération minimale d'un salarié mensualisé s'obtient en effectuant le calcul suivant :

> Nombre d'heures hebdomadaires x 52/12 x (salaire minimum conventionnel base 151,67h/ 151,67).

*Exemple : un salarié en catégorie 5 embauché à temps partiel pour 30 heures par semaine doit percevoir au minimum 30 x 52/12 x (1420 / 151,67) = 1 217,11 €.*

- Le relèvement du Smic entraîne la revalorisation **obligatoire** des rémunérations inférieures.
  *Exemple : un salarié à temps complet en catégorie 2 percevait une rémunération minimale égale à 1350 € (supérieure au Smic 2010). A compter du 1er janvier 2011, sa rémunération doit être revalorisée à hauteur du nouveau Smic mensuel, soit 1365,03 €.*
- L'employeur **n'est pas tenu de répercuter** le pourcentage d'augmentation du Smic sur les rémunérations **qui y sont déjà supérieures.**
  *Exemple : un salarié en catégorie 4 perçoit 1 380 € bruts pour 151,67 heures mensuelles. L'augmentation du Smic à 1 365,03 € bruts n'a aucune incidence sur son salaire.*
- La comparaison entre le salaire versé et, soit le Smic soit le salaire minimum conventionnel de l'avenant n°17 s'il est plus élevé, doit être effectuée dans le cadre de chaque période de paie, c'est-à-dire chaque mois. Le salaire à prendre en compte pour apprécier si le Smic ou le salaire minimum conventionnel est respecté doit tenir compte

[1] Se reporter à l'accord du 12 octobre 2006 sur les classifications professionnelles, www.federation-habillement.fr.





du salaire de base, des avantages en nature et des primes et majorations diverses versées en contrepartie du travail, à l'exclusion notamment des remboursements de frais professionnels, de la prime d'ancienneté, des majorations pour heures supplémentaires, dimanche ou jour férié travaillé.

### 2 - Les autres incidences de la revalorisation du Smic

- La réduction générale de cotisations patronales dite « réduction Fillon » est applicable aux salariés dont la rémunération est inférieure à 1,6 Smic.
- Le Smic applicable aux salariés âgés de moins de 18 ans (autres que les apprentis) comporte un abattement fixé à :
  - 20% avant 17 ans, soit Smic horaire = **7,2 €**
  - 10% entre 17 et 18 ans, soit Smic horaire = **8,1 €**

Cet abattement s'applique également aux salaires minima conventionnels (article 33 CCN n°3241).

*Exemple : un jeune de 17 ans est placé en catégorie 1 (vendeur débutant). Il doit percevoir le montant le plus favorable entre le Smic abattu et le salaire minimum conventionnel abattu. Son salaire minimum s'élève, pour 151,67 heures, à **1 228,53 €** [1 365,03 x 90%)].*

L'abattement est supprimé pour les jeunes travailleurs justifiant de 6 mois de pratique professionnelle dans le secteur.

- Le salaire minimum perçu par l'apprenti correspond à un pourcentage du Smic ou, dans certains cas, du salaire minimum conventionnel.

| Année d'exécution du contrat | Age de l'apprenti | | |
|---|---|---|---|
| | Moins de 18 ans | De 18 ans à moins de 21 ans | 21 ans et plus* |
| 1ère année | 2,25 € /h (25%) | 3,69 €/h (41%) | 4,77 € /h (53%) |
| 2ème année | 3,33 € /h (37%) | 4,41 € /h (49%) | 5,49 € /h (61%) |
| 3ème année | 4,77 € /h (53%) | 5,85 € /h (65%) | 7,02 € /h (78%) |

*en pourcentage du salaire minimum conventionnel correspondant à l'emploi occupé s'il est plus favorable.

- La rémunération minimale des salariés en contrat de professionnalisation

| | Titre ou diplôme non professionnel de niveau IV ou diplôme professionnel inférieur au bac | Titre ou diplôme professionnel égal ou supérieur au bac ou diplôme de l'enseignement supérieur |
|---|---|---|
| De 16 à 20 ans révolus | 55% du Smic ou du salaire minimum conventionnel s'il est supérieur au Smic | 65% du Smic ou du salaire minimum conventionnel s'il est supérieur au Smic |
| De 21 à 25 ans révolus | 70% du Smic ou du salaire minimum conventionnel s'il est supérieur au Smic | 80% du Smic ou du salaire minimum conventionnel s'il est supérieur au Smic |
| >26 ans | 100% du Smic ou, si plus élevé, 85 % du salaire minimum conventionnel | |

# Le plafond de la sécurité sociale pour 2011

L'arrêté du 26 novembre 2010 revalorisant le plafond de la sécurité sociale pour les rémunérations versées du 1er janvier au 31 décembre 2011 est paru au Journal Officiel du 28 novembre 2010

| Plafonds applicables pour les rémunérations versées du 1er janvier au 31 décembre 2011 | |
|---|---|
| Année | **35 352 €** |
| Trimestre | **8 838 €** |
| Mois | **2 946 €** |
| Quinzaine | **1 473 €** |
| Semaine | **680 €** |
| Jour | **162 €** |
| Heure | **22 €** |

*Sophie JAMI*
*Responsable juridique des affaires sociales*





# Le refus de vente

Le refus de vente est un sujet délicat pour le commerçant dans la mesure où il intéresse à la fois sa « relation client » et sa « relation fournisseur ». Notre droit distingue très clairement chacun des deux cas et adapte ses solutions en tenant compte du profil des cocontractants.

## 1 - Le refus de vente au consommateur

**Principe : Le refus de vente par un commerçant au consommateur est interdit.**

• **Texte applicable**

Article L. 122-1 du Code de la consommation : « *Il est interdit de refuser à un consommateur la vente d'un produit ou la prestation d'un service, sauf motif légitime (...)* ».

Le refus de vente est donc répréhensible lorsqu'il est opposé par un producteur ou un commerçant à un consommateur. Le consommateur doit s'entendre comme toute personne physique qui se procure ou utilise des biens et des services pour la satisfaction de ses besoins personnels ou ceux de sa famille.

• **Refus interdits**

Le Code de la consommation vise les refus purs et simples d'acceptation d'un achat ou d'exécution d'une commande. Il cible également tout refus pouvant se déduire d'un comportement rendant impossible la conclusion de la vente ou d'une vente soumises à des conditions la rendant totalement inacceptable pour le consommateur.

Ainsi, est illicite le refus par un commerçant de vendre un article exposé en vitrine pour ne pas défaire son étalage (T. corr. Mâcon, 26 juin 1985, Consom. Act. n° 500, p.10).

De façon générale, il est interdit de refuser une vente en raison de l'origine du consommateur, de son appartenance ou non à une ethnie, de sa religion, de son sexe, de son apparence physique, de ses mœurs, de sa situation familiale ou encore de son état de santé ou de son handicap.

• **Refus légitimes**



Le refus de vente est néanmoins licite en cas de « motif légitime ». L'indisponibilité d'un produit en magasin, une demande anormale ou la mauvaise foi de l'acheteur peuvent légitimer le refus de vendre du commerçant. On ne peut l'obliger ni à reconstituer son stock ni à accepter une commande dans des quantités hors de proportion ni à exiger des conditions inhabituelles de livraison. De même, l'incivilité caractérisée du consommateur ou un « mauvais payeur » sont des motifs suffisants pour légitimer un tel refus.

Notons que le refus de vente tenant au sexe de la personne devient légitime si le refus est justifié par des considérations liées au respect de la vie privée et à la décence.

Mais le commerçant ne peut pas opérer de choix entre ses clients. Il doit par exemple enregistrer les commandes dans l'ordre où elles se présentent sans faire de distinction entre un client plus habituel et un autre plus occasionnel.

• **Sanctions**

Le refus de vente est puni d'une amende contraventionnelle de 1 500 € (Article R. 121-13 du Code de la consommation).

Pour les personnes morales déclarées responsable de l'infraction, l'amende contraventionnelle est de 7 500 € (Article 121-2 et 131-41 du Code pénal).

## 2 - Le refus de vente entre professionnels

**Principe : Le refus de vente entre professionnels est autorisé.**

• **Textes applicables**

La loi n° 96-588 du 1er juillet 1996 sur la loyauté et l'équilibre des relations commerciales dite « loi Galland » a mis fin au régime d'interdiction du refus de vente entre professionnels. L'article 1382 du Code civil permet néanmoins de sanctionner, sur le fondement de la responsabilité civile délictuelle, un refus constitutif d'une faute entrainant de facto un préjudice pour la victime.

En cas de rupture brutale de relations commerciales établies, l'article L.442-6 al. 5° du Code de commerce s'applique considérant qu'« *engage la responsabilité de son auteur et l'oblige à réparer le préjudice causé le fait pour tout producteur, commerçant, industriel ou artisan de rompre brutalement, même partiellement, une relation commerciale*







*établie, sans préavis écrit tenant compte de la durée de la relation commerciale et respectant la durée minimale de préavis déterminée, en référence aux usages du commerce, par des accord interprofessionnels.* »

• **Refus fautif**

Dans le cas d'un refus d'une toute première prise de commande, il appartient à la victime de prouver le caractère fautif du refus de vente mais elle n'a pas à rapporter la preuve d'un préjudice, celui-ci résultant directement de l'acte fautif.

Pour les contrats en cours et les relations commerciales établies sur la durée, la loi sanctionne la rupture de ces relations commerciales si l'une des parties au contrat agit de mauvaise foi, en y mettant fin brutalement et sans motif. Pour que la relation commerciale soit considérée comme établie, elle doit avoir été durable, constante, en progression et significative par rapport au chiffre d'affaires.

Dans ce cas, le motif de la rupture n'a pas d'influence sur son caractère abusif. La jurisprudence retient le caractère brutal de la rupture qui doit être « imprévisible, soudaine et violente ». Concrètement, il n'y a pas eu de préavis permettant à l'entreprise d'anticiper la rupture du contrat ou la durée du préavis était insuffisante.

Ainsi, un industriel engage sa responsabilité s'il rompt brutalement, même partiellement, une relation commerciale établie, sans préavis écrit tenant compte de la durée de la relation commerciale et respectant la durée minimale de préavis déterminée, en référence aux usages du commerce.

Est également fautif le refus d'une société de satisfaire les commandes d'un client à la suite d'une action en justice engagée avec succès par celui-ci à son encontre, dès lors que la mauvaise foi et l'intention de nuire de la société étaient manifestes (CA Versailles, 26 avr. 2001, RJDA 8-9/01 n° 916).

• **Sanctions**

L'auteur d'un refus fautif peut être condamné à verser des dommages-intérêts au demandeur mais ne peut pas être condamné à satisfaire la commande de celui-ci.

*Frédéric WILLEMS*
*Docteur en droit*
*Responsable des affaires économiques*



